



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS**

### **INTERNACIONALES**

Ventaja competitiva y calidad de producción de la empresa  
exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito San Luis, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

#### **AUTORA:**

Encarnación Montes Alina Sharlene (ORCID:0000-0003-3314-1275)

#### **ASESOR:**

Dr. Márquez Caro, Fernando Luis (ORCID: 0000-0001-90-43-8150)

#### **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Marketing y Comercio Internacional

**LIMA – PERÚ**

**2021**

### **Dedicatoria**

Este trabajo es dedicado a Dios y a mi familia que siempre me apoyo para poder alcanzar este objetivo en mi carrera profesional, en especial a mis hijas que me enseñaron lo importa que es seguir adelante y a mi madre por su perseverancia.

### **Agradecimiento**

En primer lugar, dar gracias a Dios por darnos un día más de vida, después a mi familia que siempre creyó en mí, a mi madre que a pesar de adversidades me demostró que se puede seguir adelante. A mis docentes que me guiaron a realizar esta investigación, solo tengo emotivas palabras de agradecimiento.

## ÍNDICE

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>11</b>
<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>16</b>
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	16
3.2 Variables y operacionalización .....	16
3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	17
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	18
3.5 Procedimientos .....	19
3.6 Método de análisis de datos .....	19
3.7 Aspectos éticos .....	20
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>21</b>
<b>V. DISCUSIÓN .....</b>	<b>39</b>
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>42</b>
<b>VII. RECOMENDACIÓN .....</b>	<b>43</b>
<b>REFERENCIAS</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## Índice de Tablas

<i>Tabla 5: Resultados de la primera variable Ventaja Competitiva.....</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 6: Resultados de la dimensión preferencia.....</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 7: Resultados de la dimensión percepción.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 8: Resultados de la dimensión único diferenciador y determinante.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 9: Resultados de la segunda Variable Calidad de Producción.....</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 10: Resultados de la dimensión Calidad de Planificación y Diseño.....</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 11: Resultados de la dimensión Calidad de Procesos y control de la Producción.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 12 Resultados de la dimensión Aseguramiento del Control de Calidad.....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 13: Resultados de tablas cruzadas de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Producción.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 14: Resultados de tablas cruzadas de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Planificación y Diseño.....</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 15: Resultados de tablas cruzadas de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Procesos y Control de la Producción.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 16: Resultados de tablas cruzadas de las variables Ventaja Competitiva y Aseguramiento del Control de Calidad.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 17: Resultado de la correlación entre las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Producción.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 18: Resultado de la correlación entre las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Producción.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 19: Resultado de la correlación entre las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Planificación y Diseño.....</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 20: Resultado de la correlación entre las variables Ventaja Competitiva y Aseguramiento del Control de Calidad.....</i>	<i>38</i>

## Índice de Figura

<i>Figura 1: Resultados de la variable Ventaja Competitiva.....</i>	<i>21</i>
<i>Figura 2: Resultados de la dimensión preferencia.....</i>	<i>22</i>
<i>Figura 3: Resultados de la dimensión percepción.....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 4: Resultados de la dimensión elemento único diferenciador y determinante.....</i>	<i>24</i>
<i>Figura 5: Resultados de la segunda variable Calidad de Producción.....</i>	<i>25</i>
<i>Figura 6: Resultados de la dimensión Calidad de Planificación y Diseño.....</i>	<i>26</i>
<i>Figura 7: Resultados de la dimensión Calidad de Procesos y control de la Producción.....</i>	<i>27</i>
<i>Figura 8: Resultados de la dimensión Aseguramiento del Control de Calidad.....</i>	<i>28</i>
<i>Figura 9: Gráfico cruzado de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Producción .....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 10: Gráfico cruzado de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Planificación y Diseño.....</i>	<i>31</i>
<i>Figura 11: Gráfico cruzado de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Procesos y Control de la Producción.....</i>	<i>32</i>
<i>Figura 12: Gráfico cruzado de las variables Ventaja Competitiva y Aseguramiento del Control de Calidad.....</i>	<i>34</i>

## **Resumen**

La presente investigación se logró como objetivo determinar la reacción que existe entre la ventaja competitiva y la calidad de producción de la empresa Industrias Alpafina S.A.C, San Luis, año 2019. En esta investigación fue de tipo aplicada y con diseño no experimental. Los resultados que se obtuvo de la empresa Industrias Alpafina SAC se confirmó que del 100% de los directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpafina S.A.C, existió un grupo, lo cual se aprecia 40% (4); indicó que la ventaja competitiva y la calidad de producción tuvo como muestra un nivel bueno, mientras que el 26,67% (2) un nivel regular, 20% (2) de un nivel alto y otros de 13,33% (1) un nivel bajo entre las variables de ventaja competitiva y calidad de producción. Los resultados que se obtuvo finalmente en relación a lo desarrollado el porcentaje elevado de los encuestados se concentraron en el nivel bueno. Se aprecia que existe una relación positiva entre las variables estudiadas en esta investigación “ventaja competitiva” y “calidad de producción” esta correlación se refleja en nivel positivo muy alto esta correlación se refleja en nivel positivo muy alto, presentando un coeficiente de correlación de 0,965 y expresa que el valor de probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

**Palabras Claves:** Ventaja competitiva, Calidad, Calidad de producción

## **Abstract**

The objective of this research was to determine the reaction that exists between the competitive advantage and the quality of production of the company Industrias Alpafina S.A.C, San Luis, year 2019. In this research it was of an applied type and with a non-experimental design. The results obtained from the company Industrias Alpafina SAC confirmed that of 100% of the directors of the administrative area of the company Industrias Alpafina S.A.C, there was a group, which is appreciated 40% (4); indicated that the competitive advantage and the quality of production had a good level as a sample, while 26.67% (2) a regular level, 20% (2) a high level and others of 13.33% (1) a low level between the variables of competitive advantage and quality of production. The results that were finally obtained in relation to the development of the high percentage of respondents were concentrated in the good level. It can be seen that there is a positive relationship between the variables studied in this research "competitive advantage" and "production quality" this correlation is reflected in a very high positive level this correlation is reflected in a very high positive level, presenting a correlation coefficient of 0.965 and expresses that the probability value ( $p = 0.000$ ) is less than the critical value 0.05. Therefore, the null hypothesis is rejected and the alternate is accepted.

**Keywords:** Competitive advantage, Quality, Production quality



## **I. INTRODUCCIÓN**

Las industrias textiles a nivel mundial han tenido un crecimiento impulsado por los mercados emergentes donde países europeos, Asia y de América Latina han sido proactivos en el panorama de negocios. Así lo menciona el artículo Irastorza (2019) "La comercialización de textiles a nivel mundial es muy exigente y el común denominador que demanda es un buen producto, sin embargo, el mercado no cumple con el riguroso control de calidad de producción"(p.5). En consecuencia, surge la comercialización y la distribución de productos de baja calidad, en lo textil tenemos, las telas sintéticas entre otras a un menor precio, pero sin embargo en mayor cantidad, la mayor parte de esta producción procede de Asia con un conjunto de países del sector textil, países como: Indonesia, Pakistán, India, Filipinas, Bangla Desh y Vietnam. Donde se laboran veinticuatro horas diarias, se dio hasta tres turnos de operarios para no descuidar a sus trabajadores (p.6) Este modelo establecido por China hace muchos años atrás ha sido tomado de ejemplo para los países del occidente, aun así, China es el principal país en la industria textil a su vez China aspira establecer controlar toda la cadena de valor, como se muestra en la mayoría de sus productos en especial el textil. También cabe resaltar que la ventaja competitiva es importante para las empresas así lo mencionó "La ventaja competitiva determina el éxito o fracaso de las empresas a su vez establece la conveniencia de las actividades que favorecen su desempeño como innovaciones, una cultura cohesiva o una adecuada implementación" (Porter 2015, p.19). Para Porter, nos explica claramente la importancia de "Una ventaja competitiva debe estar dirigida con innovación, cultura cohesiva entre otras para que seas favorable dentro de una industria, la cual lo haga ser mejor que su competencia", En otro aspecto en años anteriores, el apoyo del gobierno a las empresas las industrias textiles peruanas no se han demostrado estadísticamente un incremento, pueda ser por la poca participación del gobierno o porque aún no alcanzamos las exigencias del mercado y aun no logra una ventaja competitiva de las empresas en el Perú. por consiguiente, el gobierno en años anteriores concretó acuerdos comerciales. Ante este escenario se puede mencionar que es importante para la empresa el lograr sus objetivos para aumentar la producción y lograr la calidad del producto para el mercado extranjero y nacional así lograría la ventaja competitiva, la

empresa Industrias Alpafina comenzó sus operaciones alrededor de 1995, como un modesto taller que contaba apenas con 20 máquinas de costura. Para el 2005, la empresa había logrado obtener una producción de 2 mil de prendas mensuales. Actualmente, el Área de Producción cuenta en total con 7 máquinas. Se trata de cuatro máquinas medianas y tres máquinas grandes las cuales se encarga de realizar todos los procesos. En la actualidad es una empresa dedicada específicamente a la exportación de polo de algodón y chompas alpaca y baby alpaca o combinación de ellos, sus principales países donde se exporta a Estados Unidos, Reino Unido, China entre otros, pero el volumen de estas prendas ha disminuido a comparación de años anteriores. por este aspecto nuestros productos son requeridas con mucha demanda en el extranjero, pero no tiene presencia aun como marca sino como exportación indirecta.

Formulación del problema. Problema general: ¿Qué relación existe entre la ventaja competitiva con la calidad de producción de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. del distrito de San Luis 2019? Problemas específicos: (1) ¿Qué relación existe entre la ventaja competitiva con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. del distrito de San Luis 2019? (2) ¿Qué relación existe entre la ventaja competitiva con la calidad de procesos y control de la producción de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. del distrito de San Luis 2019? (3) ¿Qué relación existe con la ventaja competitiva con el aseguramiento del control de calidad de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. del distrito de San Luis 2019?

Justificación de la investigación: Justificación Práctica : La presente trabajo de investigación se realizó con la finalidad de ir mejorando el control de calidad y con llegando a cumplir objetivos obtener una ventaja competitiva con las demás empresas del rubro textil en el país del año 2019, y para luego contar con la presencia más expansiva del producto en el mercado internacional también cumplir con las exigencias y de tal manera aumentar el volumen en las exportaciones y lograr realizar una exportación directa. en el proceso se emplearán técnicas de calidad total a todos los productos desde la adquisición de materia prima como es el algodón, la fibra de alpaca y de baby alpaca control en tejido en paños. Justificación teórica: la investigación se desarrolló usando los antecedentes y las variables mencionadas en estudio para ayudar dar conocer los procesos para luego obtener un control de calidad para y así lograr una

ventaja competitiva La industria textil peruana INDUSTRIAS ALPAFINA SAC donde tenía presencia en más de 6 países y en la actualidad solo cuenta con tres y en menor cantidad de volumen de productos exportados, también ha bajado considerablemente la cartera de clientes, debido a esta falla que se produce en el control de calidad en la producción y como consecuencia lo llevando a ser menos competitivo . Justificación metodológica: La investigación y la aplicación de la estrategia de las ventajas competitivas enfocadas a la calidad de la producción de los productos se realizaran mediante métodos científicos, es decir que una vez realizado el estudio el proceso final es demostrar su validez para futuras investigaciones además podría una empresa hacer uso del planteamiento del problema que en muchas ocasiones tienen incidencia en la empresa peruana para ello se debe tomar en cuenta todo lo mencionado en el presente estudio que será de suma importancia para las futuras empresas que están en el proceso de mejorar la calidad de producción y todo lo que involucra a ello. Objetivos. Objetivo principal: Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva con la calidad de producción de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. San Luis, 2019. Objetivo específico: (1) Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora industrias Alpafina S.A.C. San Luis, 2019. (2) Determinar la ventaja competitiva con la calidad de procesos y control de la producción de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. San Luis, 2019. (3) Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva con el aseguramiento del control de calidad de la empresa exportadora industrias Alpafina S.A.C. San Luis, 2019. Hipótesis. Hipótesis general Ha: La ventaja competitiva se relaciona con la calidad de producción de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. del distrito de San Luis 2019. Ho: La ventaja competitiva no se relaciona con la calidad producción de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. del distrito de San Luis 2019. Hipótesis específica: (1) Ha: La ventaja competitiva se relaciona con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. del distrito de San Luis 2019. Ho: La ventaja competitiva no se relaciona con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. del distrito de San Luis 2019. (2) Ha: La ventaja competitiva se relaciona con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. del

distrito de San Luis 2019. Ho: La ventaja competitiva no se relaciona con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora Industrias Alpa fina S.A.C. del distrito de San Luis 2019 (3) Ha : La ventaja competitiva se relaciona con el aseguramiento del control de calidad de la empresa exportadora Industrias Alpa fina S.A.C. del distrito de San Luis 2019. Ho: La ventaja competitiva no se relaciona con el aseguramiento del control de calidad de la empresa exportadora Industrias Alpa fina S.A.C. del distrito de San Luis 2019.

## II. MARCO TEÓRICO

**Antecedentes nacionales:** Obregón (2016), En su tesis titulada: *“La gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinaria y equipos de construcción en el distrito de Independencia, 2016”*. Título para obtener el grado académico de maestro en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, El objetivo principal fue establecer la relación que existe entre la gestión de calidad con la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinarias y equipos de construcción en el distrito de Independencia en el 2016. Donde señalo el tipo de investigación, de nivel correlacional, con diseño no experimental y transversal, en la conclusión en la tesis mencionada la muestra se realizó a los trabajadores de la empresa en mención donde se tiene una concepción parcial en la calidad de servicio y la competitividad. Quispe (2017) En su tesis titulada *“Plan de gestión de la calidad en el área de producción en la Empresa CRISAC Lima, 2017”*. Para optar el título ingeniero de sistemas, en la Universidad Nacional de Ingeniería, Lima Perú, en la tesis nos menciona el objetivo principal fue proponer un plan estratégico en la gestión de calidad específicamente en el área de producción teniendo el plan de gestión de calidad para la mejora en el área de producción de la empresa Crisac, se concluyó dar un aseguramiento en la calidad de la producción de sus productos y así obtener una ventaja competitiva y comparativa. La población en estudio estaba conformada por 25 trabajadores del área de producción de la empresa Crisac. Márquez (2019) Según la tesis de *“Ventaja Competitiva y Cadena Productiva en Las Queserías Del Distrito De Pomacanchi, 2019”*. Fue presentado con el fin de obtener el título profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad de San Antonio Abad del Cusco, Perú, Su objetivo mejorar la alternativa para

generar valor agregado, de tal manera que la producción es efectiva situación que ha generado que tenga un crecimiento positivo en el distrito posicionando el producto en los mercados de la región del cusco por su sabor y calidad, en consecuencia las platas de queso en la provincia del cusco tiene ventaja competitiva en su mercado y cuenta con una eficiente cadena productiva. En conclusión: se puede decir que la cadena productiva de la quesería si tiene ventaja competitiva es porque ha desarrollado distintas estrategias de producción y distribución haciendo uso de la tecnología y aprovechando el tiempo de producción ante la demanda que se da en su mercado para ello vale mencionar que la empresa se diferencia ya que hace uso del valor agregado para sus productos en la provincia del cusco. Ríos (2015) *“La estrategia de la ventaja competitiva es, gestión de la calidad, capacitación y el seguimiento”*. En la tesis presentada para optar el grado de licenciado, en la Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia. Su objetivo es gestionar la calidad de un sistema fluido en la empresa de forma que involucre a los integrantes para la mejora en la capacitación y así obtener mejores resultados , en consecuencia, los resultados están relacionados a toda la organización al no contar con personal competente motivado y capacitado y si este tiene además ausencia de seguimiento e identificación de lo que puede no estar conforme se puede perder alguna certificación y gestionada a la perdida de la inversión ligado a la gestión de la calidad. En conclusión: el estudio se menciona que para la gestión de la calidad se tiene involucrado todos los aspectos sobre competencias que desarrolla la gestión de la empresa y está más enfocado a los trabajadores que están encargados de los procesos y son los que emplean las técnicas de calidad y por lo tanto el personal tiene que estar motivado y capacitado cada cierto tiempo para una buena gestión final de la organización. Montoya (2015) Según la tesis para grado de licenciado *“Plan de Mercadeo Estratégico Operativo para generar Ventajas Competitiva en la Empresa Scania de México, en la ciudad de México, 2014”*. en la universidad de México, Guadalajara. En la tesis de investigación el objetivo fue dar a conocer el plazo determinado y así mantener la ventaja competitiva de la empresa Scania que es comercializadora de abarrotes, con ello mejor el servicio, se sugirió capacitar a los empleados de aquella organización. En conclusión, en los resultados que se obtuvo de las pruebas realizadas se concluyó que el servicio al cliente es excepcional y único

por parte de todo el personal de la empresa se puede convertir en una estrategia para desarrollar y alcanzar una ventaja competitiva y distinguirse de las demás empresas creando fidelidad y preferencia con bajos costos de inversión. Fernández (2018) Según la tesis para la maestría de *“Creación de ventajas competitivas de las PYME del sector de alimentos y bebidas en el Distrito Metropolitano de Quito a través de la asociación con empresas especializadas en distribución”*. El propósito de la siguiente tesis es de generar la ventaja competitiva de PYME del rubro de alimentos y bebidas del país de Ecuador – Quito, la propuesta de lograr esta ventaja competitiva es mediante las alianzas estratégicas que resultara una venta por mayoren diversas tiendas y otros canales de distribución. En conclusión, se realizado una encuesta a la población donde el 47% cuenta con alianzas estratégicas y cuenta con mayor cobertura en la provincia del país de Ecuador, lo otro que se comprobó que puede generar grandes beneficios, incremento de mercado, rentabilidad, relación productiva. Así mismo se evidencias desventajas como el no cumplimiento de objetivos, devoluciones del producto caducado, por una mala planificación, mal planeamiento de la estrategia de marketing entre otros. Variable 1: ventaja competitiva. Porter (1997). define que la ventaja competitiva como “una destreza o habilidad especial que se desarrolla una empresa y que en base a su esfuerzo de la empresa se gana el mercado” (p.17-18). Para ello debemos diferenciar la fortaleza de la empresa, pueden tener una o varias en lo que es el producto o el servicio que brinda, para ello los consumidores lo determina y se demuestra en su preferencia y hace que la empresa tenga una ventaja competitiva. En otro concepto señalo “que esta se coloca ante los objetivos del mundo comercial además una ventaja competitiva es caracteriza a una empresa que cuenta con un producto o un servicio que los clientes, consumidores y usuarios tiene entendido como único y determinante”. (Porter, p.17- 18). Es por ello que podemos mencionar las características o atributos sea por naturaleza propia o valor agregado al producto, o los servicios adicionales que acompañe al producto, como también a las modalidades de producción, así como la distribución y venta, hace que obtenga una ventaja competitiva. Se ha considerado como dimensiones los siguientes conceptos: (1) Preferencia, Porter (1997) afirma que “Basada en los consumidores, quien elige el producto o servicio de su preferencia, se trata de crear armas para poder competir de forma

eficaz en los mercados que sean de interés para la empresa”. (p.19). (2) Percepción, Porter (1997) “No se trata que existe una diferencia objetivamente cuantificado o medible, basta con los clientes, consumidores o usuarios la perciban así, es decir puede ser una diferencia real o imaginada”. (p.19). (3) elemento único diferenciador y determinante, Porter (1997) “es el factor diferencial que debe ser percibido como propio de esa única empresa, producto o servicio”. (p.19). (3) determinante, Porter (1997) “el factor diferencial debe constituir un elemento determinante en el proceso de decisión de compras para los clientes, por solo un momento sino se mantenga durante un largo plazo o corto plazo”. (p.19). Indicadores: Fortaleza de la empresa: son las habilidades, destrezas o conocimientos específico que debemos identificar o establecerlos. (p.112). Necesidades del consumidor: Se identifica en “el proceso de decisión mediante el problema o necesidad que se debe resolver parcial o totalmente a través de elección de un producto o servicio”. (p.113-114). Conocimiento: es el aprendizaje que redundan en un incremento del potencial de acción de la empresa. “Se dice que una empresa más sabia pero no necesariamente más competitiva”. (p. 25). Sensación: Es la percepción que siente el cliente cuando no conoce bien las formas en que un proveedor podría reducir sus costos o mejorar su desempeño. Factor único de la empresa: Es el factor que va diferenciar a la empresa que le va dar valor único, que ninguna empresa tendrá igual así sea el mismo producto. Marketing, (p.44 y 45) Elemento determinante: Es aquel que va ayudar al consumidor elegir de forma segura y decidida el producto o servicio requerido. Marketing (p.44 y 45) en otra teoría Lambim (1991) afirmo que “se comprende las características o atributos detentados por un producto o una marca, que te dan una cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos”. (p. 223.) También otro autor que define Krugman (2006) nos explica que si aumenta los factores de producción la producción aumentará, entonces puede ser diferente en la práctica, porque es de su importancia mantener su economía en escala para ello es de mayor importancia. (p.120). Variable (2): Calidad de Producción. Cuatrecasas (2012) afirmo que: “[...]Calidad de producción o realizada: tiene que ver con el grado de cumplimiento de las características de calidad de un producto o servicio y de las especificaciones de diseño. Es la calidad resultante del proceso de producción [...]”. (p. 586.) Para Cuatrecasas en el libro de gestión de la calidad total, nos

menciona la calidad de producción donde es una etapa fundamental para que el producto se realice con un aseguramiento en la calidad, es por eso que la para la siguiente variable se presenta las siguientes dimensiones: (1) calidad de planificación y diseño Cuatrecasas (2012) señala “los productos, procesos y medios de productos debe ser planificados teniendo en cuenta la calidad asegurada, para ello se deberá diseñar un control de diseño, desarrollo, proceso de producción, donde el costo sea mínimo y tiempo de producción sea el adecuado”. (pp.581- 584), (2) calidad de procesos y control de la producción Cuatrecasas (2012) “se obtienen mediante productos y servicios, planificado, diseñado e implementados debidamente para obtener una competitividad, así mismos una calidad asegurada, donde sea empleado un menor costo y tiempo de producción” (pp.581- 584) y (3) aseguramiento del control de calidad. Cuatrecasas (2012) señalo “se tratará de asegurar productos aceptables en su nivel de calidad (a la primera), lo que establecerá una competitividad: calidad (correcta), coste (de no tener que desechar o reprocesar) y tiempo (al obtener la aceptabilidad a la primera)”. (pp.581- 584).

Indicadores Diseño del producto: es la elaboración del producto el cliente mandara su muestra o se elaborara la muestra y la calidad en porcentaje de materia prima lo cual va requerir el producto donde el control es partir de la adquisición de la materia prima.

Orden de producción: Es el pedido total de los productos requeridos, donde se analizará el tiempo de entrega y la forma de elaboración que es importante, lo cual se debe mantener un control de la orden de producción.

Supervisión del proceso Es verificar con un seguimiento a la realización del proceso, teniendo en cuenta que esta operación es muy importante, ya que si no es supervisado podría malograr a perder la producción.

Control de la producción. Es el control de la supervisión del proceso donde se está pendiente de los cuidados inicial durante y después, en este caso en el control en los operarios donde el producto se examina cada vez que se cambia el proceso.

Control manual: Dirigido por personal presencial para supervisión, en el proceso final de producción.

Control del proceso total: El control general de los procesos anteriores mencionados.

Ver (2000) indicó que: “La calidad en la producción es realizar las actividades necesarias para asegurar que se mantenga la calidad requerida desde el diseño de producto, la producción hasta la entrega al cliente”. nos menciona la importancia de realizar la supervisión de las actividades desde el diseño, la producción y antes de la



entrega al cliente, identificar si hay errores o corregirlos. (p.251). Arnauda (2015) “La calidad de producción en los procesos de producción de una organización es fundamental para evitar un producto final defectuoso”. En el área de control de calidad de la empresa se deberá mantener el aseguramiento del control de ella y controlar las acciones requeridas para este mejoramiento y control a través de los procesos de producción se utilizará las herramientas técnicas como el control estadístico de procesos (SPC)” (p.61).

### **III. METODOLOGIA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

##### **Tipo de investigación**

El trabajo de investigación en estudio fue de tipo aplicada “La investigación se caracteriza porque busca la aplicación y utilizar los conocimientos adquiridos, a su vez para así adquirir e implementar objetivos para resolver problemas” (Murillo, 2008, P. 159)

##### **Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación fue no experimental, transversal y correlacional, porque no se modificaron las variables, transversal porque se utilizó datos existentes, correlacional por las variables se analiza de forma estadística. “La investigación tiene un diseño no experimental ya que al momento de realizarla no se manipularon las variables” (Orozco, 2013, p.25)

#### **3.2 Variables y operacionalización**

La variable 1 se definió como: “Una ventaja competitiva se refiere a una destreza o habilidad que se desarrolla una empresa lo cual que en base a su esfuerzo de la empresa se gana el mercado y esta se coloca ante los objetivos del mundo comercial además la ventaja competitiva es la característica de la empresa que cuenta con un producto o un servicio que los clientes, consumidores o usuarios tiene entendido como único y determinante”. (Porter, 1997, p. 17)

La variable 2 se definió como: “Calidad de producción o realizada: tiene

que ver con el grado de cumplimiento de las características de calidad de un producto o servicio y de las especificaciones de diseño. Es la calidad resultante del proceso de producción. (Cuatrecasas, 2012. p. 586).

### **La operacionalización**

Se afirmo como: “la variable es todo aquello que se va a medir, controlar y estudiar en una investigación, es también un concepto clasificatorio”. Es decir, puede ser cuantitativos o cualitativos y a su vez pueden ser definidas conceptual y operacionalmente. (Núñez, 2007, P. 167). El presente estudio fue con enfoque cuantitativo, ya que con la recopilación de la información se analizará de forma estadística para comprobar las hipótesis planteadas mediante un cuestionario a una población son los directivos de la empresa

## **3.3 Población y muestra**

### **Población**

En la investigación la Población estuvo conformado por directivos del área administrativa de la empresa Industria Alpafina S.A.C, San Luis, en el año 2019, por ello se obtuvo los datos del personal encuestado. Según Guerra y Caridad (2009). Se llama población cuando se identifica y delimita un grupo de personas donde se observa una característica a la cual uno va evaluar, es todo conjunto de individuos donde mediante un problema determinado se escogerá un grupo de ellos para realizar las evaluaciones. (p.118).

### **Muestra:**

La muestra fue no aleatoria por conveniencia. Se tomaron a 15 directivos del área administrativa de la empresa exportadora Industrias Alpafina

S.A.C del distrito de San Luis. Velasco et al. (2003), “es aquel donde la probabilidad de selección de cada elemento para la muestra no es igual ni conocida” (p.16). se entiende como muestra censal que es una esencia de un sub grupo de una población. (Hernández, Fernández y Baptista, 2004.p. 244).

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **Encuesta**

En el trabajo de investigación se realizó mediante la técnica de encuesta, ya que se realizan una serie de preguntas estructuradas según afirmaron Cárdenas, Castro, Manuel, y Yáñez, Susan Yáñez (2012) la muestra probabilística tiene como objetivo de cada persona de la población tenga una probabilidad conocida que el valor sea diferente a cero, de ser evaluada. las muestras son de confiabilidad de la población escogida con una magnitud de error de acuerdo al conocimiento. (p. 572).

#### **Cuestionario**

Se trabajo con un cuestionario por cada variable, el cuestionario consta de 15 preguntas cada uno, El instrumento que se usó para la recopilación de datos será el cuestionario, de esta forma nos permitirá medir las variables y dimensiones del tema de investigación, el cuestionario será está estructurado con 30 ítems los cuales serán medidos por la escala de Likert de 5 niveles: Bueno, Regular, Bajo y Alto. Phillips y Stawarski (2008, p.8)

#### **Validez**

La validez del instrumento (cuestionario) se realizó usando la técnica donde con la evaluación de los juicios de expertos, esto explica el grado del instrumento que mide a la variable de una forma más compleja, donde se deberá ser evaluado por un experto. Kerlinger (1979, p. 138).

Para los procesos de validación fueron mediante un análisis de 3 jueces expertos, lo cual validaron los cuestionarios: Experto 1: Dr. Márquez Caro Fernando Luis, Experto 2: Mg. En Administración Pasache Ramos Máximo Fidel y Experto 3: Dr. En educación Michca Maguiña MaryHellen.

### **Confiabilidad de instrumentos**

La confiabilidad se realizó mediante el programa SPSS versión 25.00 y así poder obtener el alfa de Cronbach. La confiabilidad es el grado de exactitud con que se mide determinando instrumento al grado en que su aplicación es repetida al mismo sujeto u objeto lo cual se obtiene los resultados. Afirmaron los autores Hernández, Fernández y Baptista (2004). La confiabilidad del instrumento de medición que se determina mediante diversas técnicas, las cuales nos brinda un análisis después de revisar los conceptos de validez y objetividad. (p. 313). En el rango de confiabilidad se obtuvo 95,4% y la 95.6 % Interpretación de la ventaja competitiva: Al resolver los datos, el Alfa de Cronbach fue 0.954, con ello podemos decir que el instrumento es permitido y posee una consistencia alta, por lo tanto, es aplicable. Interpretación de la variable calidad de producción.

### **3.5 Procedimientos**

El procedimiento que se realizó los fue el siguiente: la primera es de tener en cuenta fuentes teóricas, practicas, la cual se obtuvo mediante de libros, libros virtuales, entre otros. En la obtenidos de fuentes practicas es mediante tablas gráficos en Excel y el software SPS versión 25.00, para luego obtener los gráficos y los resultados, para realizar la interpretación.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Mediante el programa software SPSS Versión 25.00 como análisis inferencial con el método para el análisis de datos estadísticos descriptivos así también del análisis inferencial, por lo tanto, la información obtenida será analizada y procesada utilizando los métodos estadísticos de SPSS, para el procesamiento de datos se aplicará la tabulación, distribución de frecuencia. Los cuáles serán representados mediante

tabulación cruzada y gráficos en barras, lo cual nos permitirá llegar al objetivo de la investigación, luego se procedió a ordenarlas y clasificarlas en tablas y figuras, utilizando los datos en el programa Excel y procesado por el programa SPS 25.00.

### **3.7 Aspectos éticos**

El trabajo de investigación que se elaboró fue con el código de ética de la Universidad César Vallejo, teniendo en consideración los principios éticos que garantizan el bienestar y la autonomía, la responsabilidad y honestidad del investigador en la obtención, manejo de la información, interpretación, la publicación de los sucesos y elaboración del informe de investigación.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INFERENCIAL

Análisis descriptivo Univariado

*Tabla 5: Resultados de la primera variable Ventaja Competitiva*

Ventaja Competitiva					
		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	13,3	13,3	13,3
	Regular	4	26,7	26,7	40,0
	Bueno	6	40,0	40,0	80,0
	Alto	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100	100	

Fuente: Software SPSS versión 25.0

*Figura 1: Resultados de la variable Ventaja Competitiva*

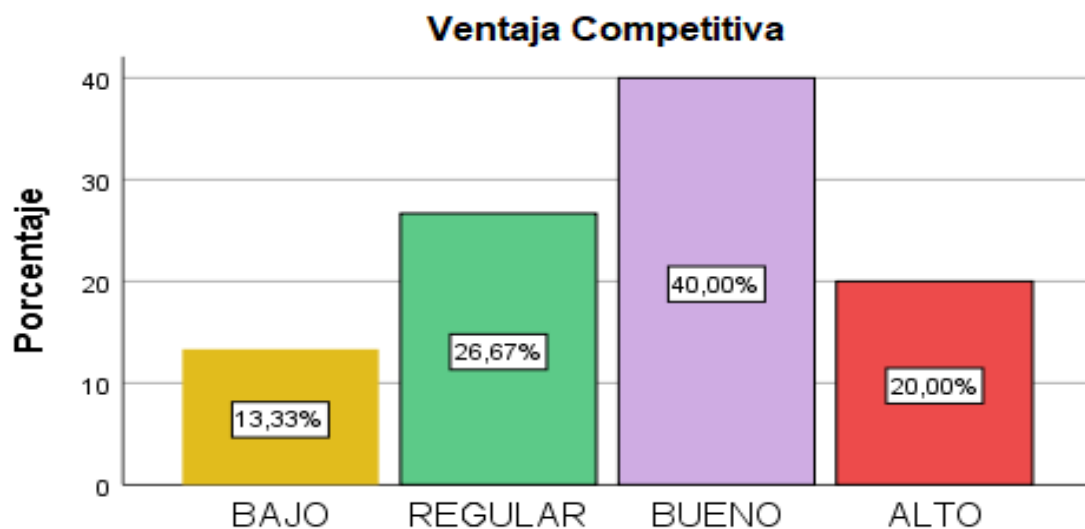


Tabla 5 y la figura 1: se muestra los resultados obtenidos sobre la variable ventaja competitiva, donde observamos que el 40,00% de los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpafina S.A.C.; muestra un nivel bueno, mientras que el 26,67% un nivel regular, 20% de un nivel alto y otros de 13,33% un nivel bajo. Es por ello que podemos afirmar que el porcentaje elevado de los encuestados se concentró en el nivel bueno. Por lo tanto, los directivos de la empresa dieron razón de que la empresa si maneja la cartera de clientes y

proveedores

Tabla 6: Resultados de la dimensión preferencia

Preferencia					
		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	13,3	13,3	13,3
	Regular	5	33,3	33,3	46,7
	Bueno	4	26,7	26,7	73,3
	Alto	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS versión 25.0

Figura 2: Resultados de la dimensión preferencia

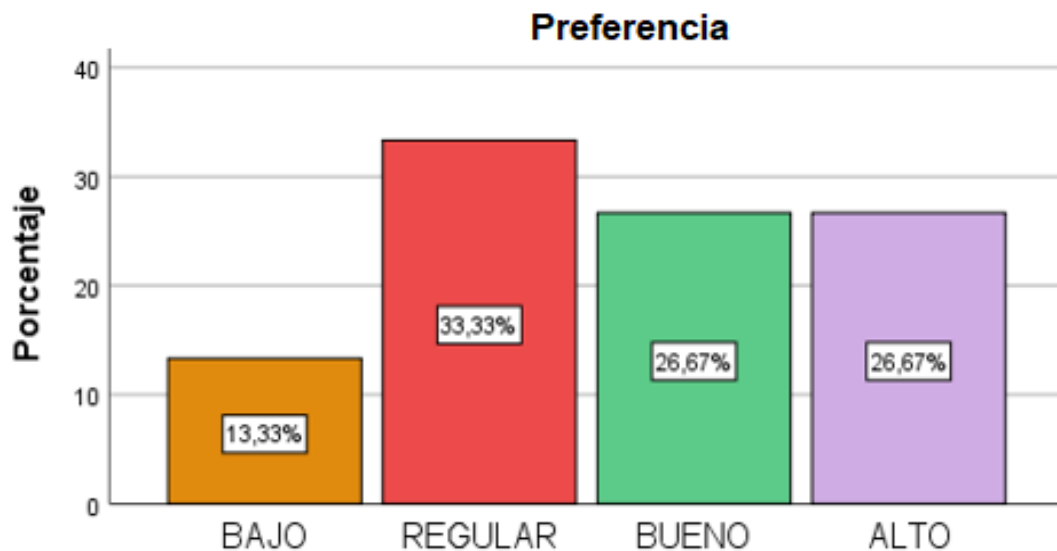


Tabla 6 y la figura 2: Describen los resultados del cuestionario aplicado a los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpafina. Se observa que el 33,33% resaltó que la preferencia fue de un nivel regular; así mismo, el 26,67% en un nivel bueno y en un nivel alto, quedando que el 13,33% de un nivel bajo. Es por ello que podemos mencionar que el porcentaje elevado de las encuestas aplicadas se encontró en un nivel regular; lo cual evidenció que la empresa presenta fortalezas en cuanto a las ventajas competitivas.

Tabla 7: Resultados de la dimensión percepción

Percepción					
		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	13,3	13,3	13,3
	Regular	4	26,7	26,7	40,0
	Bueno	7	46,7	46,7	86,7
	Alto	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente : Software SPSS versión 25.0

Figura 3: Resultados de la dimensión percepción

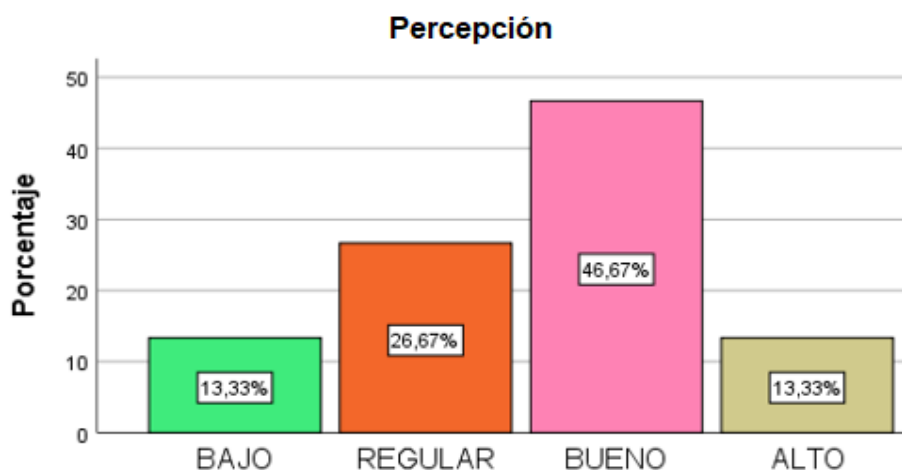


Tabla 7 y la figura 3: Describen los resultados del cuestionario aplicado a los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpafina. Se observa que el 46,67% resaltó que la percepción fue de un nivel Bueno; así mismo, el 26,67% consideraron en un nivel Regular, quedando que el 13,33% de un nivel Bajo y Alto. En lo obtenido con el porcentaje elevado de las encuestas aplicadas se concentró en un nivel bueno; lo cual evidenció que la empresa presenta buena calidad de los productos para lo cual se puede reforzar aún más en la calidad para ser más competitivos.



Tabla 8: Resultados de la dimensión único diferenciador y determinante

Elemento único diferenciador y determinante					
		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	26,3	26,3	26,7
	Regular	7	46,7	46,7	73,3
	Bueno	3	20,0	20,0	93,3
	Alto	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100	100	

Fuente : Software SPSS versión 25.0

Figura 4: Resultados de la dimensión elemento único diferenciador y determinante

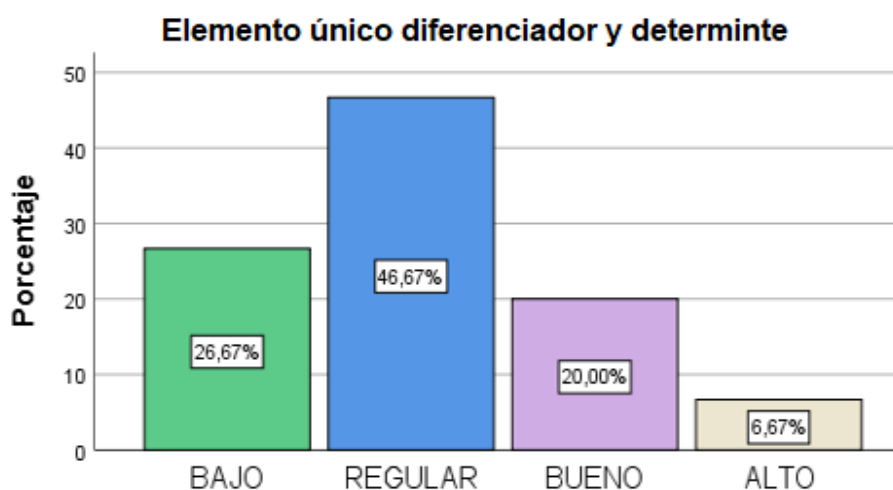


Tabla 8 y la figura 4: Describen los resultados del cuestionario aplicado a los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpacina. Se observa que el 46,67% resaltó que la percepción fue de un nivel regular; así mismo, el 26,67% consideraron en un nivel bajo, y el 20,00% considera de un nivel bueno, quedando que el 6,67% de un nivel alto. En lo obtenido con el porcentaje elevado de las encuestas aplicadas se concentró en un nivel regular. En consecuencia, se infiere que la empresa recibe reclamos de sus exportaciones para lo cual se recomienda buscar estrategias para minimizar los inconvenientes con los clientes.

bla 9: Resultados de la segunda Variable Calidad de Producción

Calidad de Producción					
		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	13,3	13,3	13,3
	Regular	6	40,0	40,0	53,3
	Bueno	5	33,3	33,3	86,7
	Alto	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100	100	

Fuente : Software SPSS versión 25.0

Figura 5: Resultados de la segunda variable Calidad de Producción

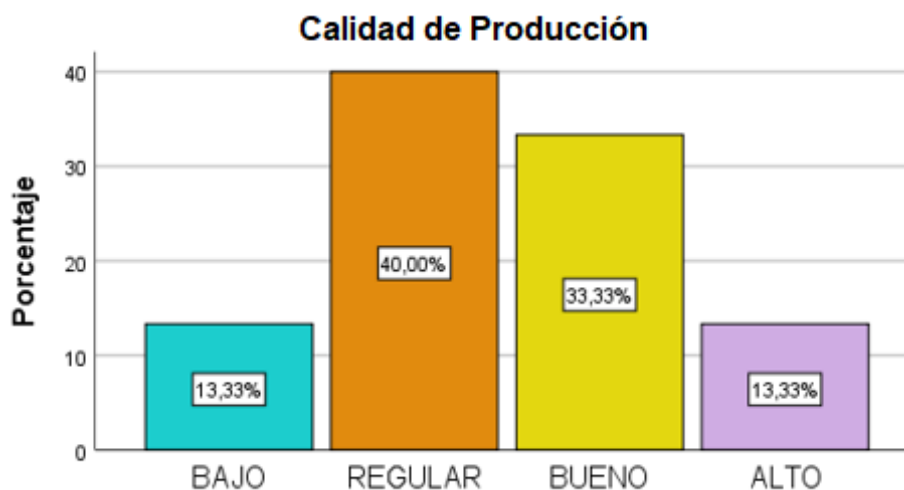


Tabla 9 y la figura 5: Describen los resultados obtenidos sobre la variable calidad de producción, donde se aprecia 40,00% de los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpacina; muestra un nivel regular, mientras que el 33,33% un nivel Bueno, otros de 13,33% un nivel Bajo y Alto. En lo desarrollado con el porcentaje elevado de los encuestados se concentró en el nivel regular. Por lo tanto, los directivos del área administrativa y producción de la empresa dieron razón de que la empresa siempre trata de mantener los diseños y/o modelos de los productos.

Tabla 10: Resultados de la dimensión Calidad de Planificación y Diseño

Calidad de Planificación y Diseño					
		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	7	46,7	46,7	46,7
	Regular	2	13,3	13,3	60,0
	Bueno	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100	100	

Fuente : Software SPSS versión 25.0

Figura 6: Resultados de la dimensión Calidad de Planificación y Diseño

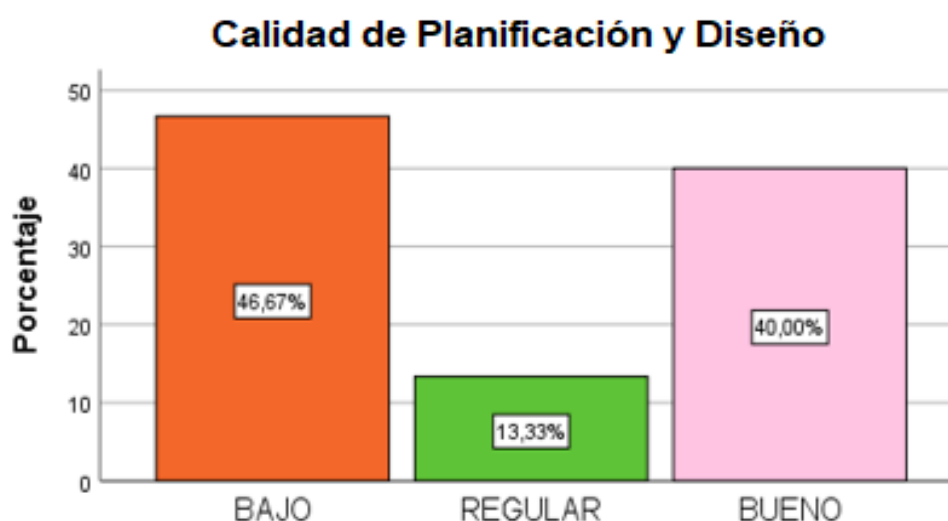


Tabla 10 y la figura 6 Describen los resultados de la encuesta aplicada a los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpa fina. Se observa que el 46,67% resaltó que la percepción fue de un nivel bajo; así mismo, el 40,00% consideraron en un nivel bueno, quedando que el 13,33% considera de un nivel regular. En lo desarrollado con el porcentaje elevado de las encuestas aplicadas se encontró un nivel bajo. En consecuencia, se infiere que la empresa mantiene un esquema de producción antes de elaborar el producto, se recomienda supervisar constantemente en la producción.

*Tabla 11: Resultados de la dimensión Calidad de Procesos y control de la Producción*

<b>Calidad de Proceso y control de la Producción</b>					
		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	26,7	26,7	726,
	Regular	7	46,7	46,7	73,3
	Medio	3	20,0	20,0	93,3
	Alto	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente : Software SPSS versión 25.0

*Figura 7: Resultados de la dimensión Calidad de Procesos y control de la Producción*

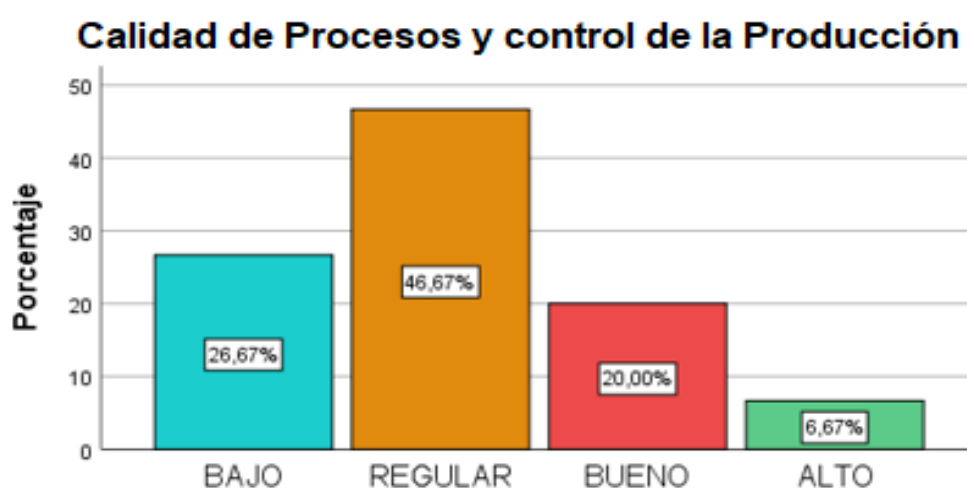


Tabla 11 y la figura 7 Describen los resultados de la encuesta aplicada a los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpacina. Se observa que el 46,67% resaltó que la percepción fue de un nivel regular; así mismo, el 26,67% consideraron en un nivel bajo, y 20,00% de un nivel bueno, quedando que el 6,67% considera de un nivel alto. En lo desarrollado con el porcentaje elevado de las encuestas aplicadas se encontró un nivel regular. En consecuencia, se infiere que la empresa cuida su calidad para lo cual llevan mayor control de las actividades

Tabla 12 Resultados de la dimensión Aseguramiento del Control de Calidad

Aseguramiento del Control de Calidad					
		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	13,3	13,3	13,3
	Regular	5	33,3	33,3	46,7
	Medio	4	26,7	26,7	73,3
	Alto	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente : Software SPSS versión 25.0

Figura 8: Resultados de la dimensión Aseguramiento del Control de Calidad

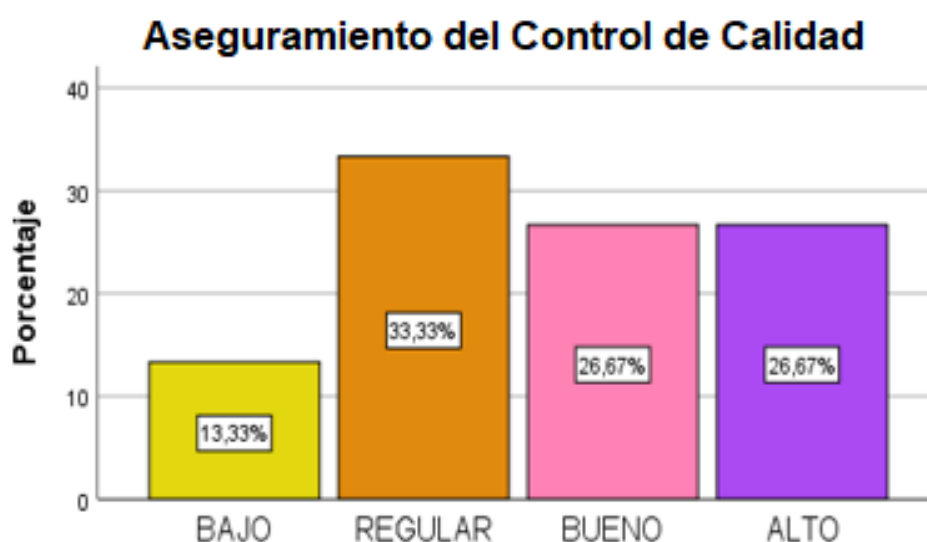


Tabla 12 y la figura 8 Describen los resultados del cuestionario aplicado a los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpa fina. Se observa que el 33,33% resaltó que la percepción fue de un nivel regular; así mismo, el 26,67% consideraron en un nivel bueno y alto, y quedando que el 13,33% considera de un nivel bajo. En lo desarrollado con el porcentaje elevado de las encuestas aplicadas se concentró en un nivel regular. Por lo tanto, los directivos del área administrativa y producción de la empresa consideraron que la empresa mantiene personales necesarios para abastecer los requerimientos extranjeros.

## 4.2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO BIVARIADO

**Objetivo General:** Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva con la calidad de producción de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. San Luis, 2019.

*Tabla 13: Resultados de tablas cruzadas de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Producción.*

			Calidad de Producción				
			Bajo	Regular	Medio	Alto	Total
Ventaja Competitiva	Bajo	Recuento % del total	2 13,3%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 13,3%
	Regular	Recuento % del total	0 0,0%	2 13,3%	2 13,3%	0 0,0%	4 26,7%
	Bueno	Recuento % del total	0 0,0%	3 20,0%	2 13,3%	1 6,7%	6 40,0%
	Alto	Recuento % del total	0 0,0%	1 6,7%	1 6,7%	1 6,7%	3 20,0%
Total		Recuento % del total	2 13,3%	6 40,0%	5 33,3%	2 13,3%	15 100,0%

Fuente : Software SPSS versión 25.0

Figura 9: Gráfico cruzado de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Producción

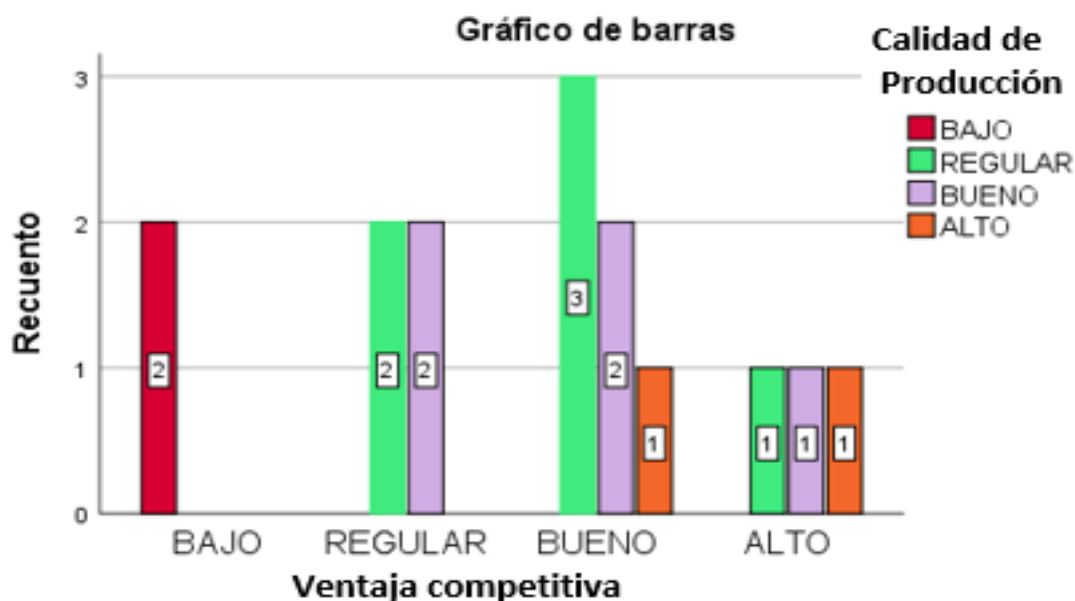


Tabla 13 y la figura 9, Muestra los resultados adquiridos sobre la V1 y la V2, en donde se aprecia 40% de los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpacina, muestra un nivel bueno, mientras el 26,7% un nivel regular, 20% de un nivel alto y otros de 13,33% de un nivel Bajo. Es por ello que podemos afirmar que la relación es positiva y significativa entre la ventaja competitiva y calidad de producción.

**Objetivo Específico 1:** Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora industrias Alpacina S.A.C. San Luis, 2019.

Tabla 14: Resultados de tablas cruzadas de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Planificación y Diseño.

Calidad de Planificación y Diseño						
			Bajo	Regular	Bueno	Total
Ventaja Competitiva	Bajo	Recuento	2	0	0	2
		% del total	13,3%	0,0%	0,0%	13,3%
	Regular	Recuento	2	0	2	4
		% del total	13,3%	0,0%	13,3%	26,7%
	Bueno	Recuento	3	1	2	6
		% del total	20,0%	6,7%	13,3%	40,0%

	Alto	Recuento % del total	0 0,0%	1 6,7%	2 13,3%	3 20,0%
Total		Recuento % del total	2 46,7%	2 13,3%	6 40,0%	15 100,0%

Fuente : Software SPSS versión 25.0

*Figura 10: Gráfico cruzado de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Planificación y Diseño.*

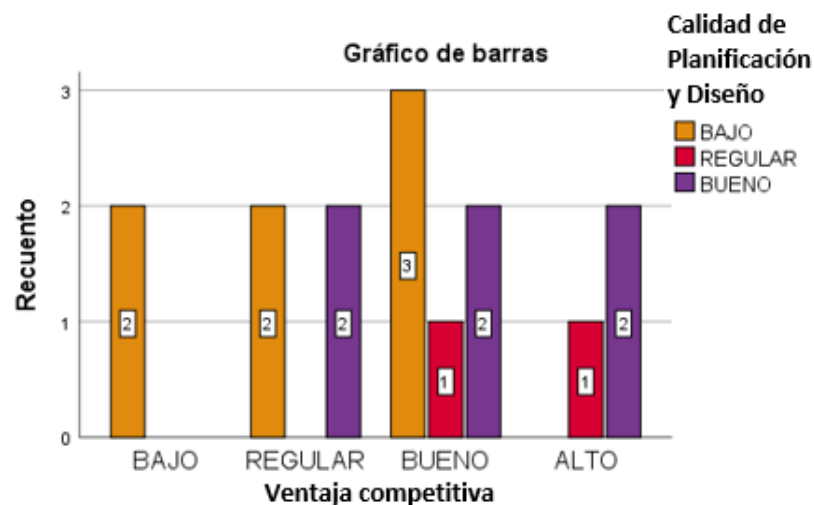


Tabla 14 y la figura 10, Muestra los resultados adquiridos sobre la V1 y la D1V2, en donde se aprecia 40,00% de los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpacina, muestra un nivel bueno, mientras el 26,7% un nivel regula, 20% de un nivel alto y otros de 13,33% de un nivel bajo. Es por ello que afirmamos que la relación es positiva y significativa entre la ventaja competitiva y calidad de planificación y diseño.

**Objetivo Específico 2:** Determinar la ventaja competitiva con la calidad de procesos y control de la producción de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. San Luis, 2019.



Tabla 15: Resultados de tablas cruzadas de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Procesos y Control de la Producción.

Calidad de Planificación y Diseño			Bajo	Regular	Bueno	Alto	Total
Ventaja Competitiva	Bajo	Recuento	2	0	0	0	2
		% del total	13,3%	0,0%	0,0%	0,0%	13,3%
	Regular	Recuento	0	4	0	0	4
		% del total	0,0%	26,7%	0,0%	0,0%	26,7%
	Bueno	Recuento	2	3	1	0	6
		% del total	13,3%	20,0%	6,7%	0,0%	40,0%
	Alto	Recuento	0	0	2	1	3
		% del total	0,0%	0,0%	13,3%	6,7%	20,0%
	Total		4	7	3	1	15
			26,7%	46,7%	20,0%	6,7%	100,0%

Fuente : Software SPSS versión 25.0

Figura 11: Gráfico cruzado de las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Procesos y Control de la Producción.

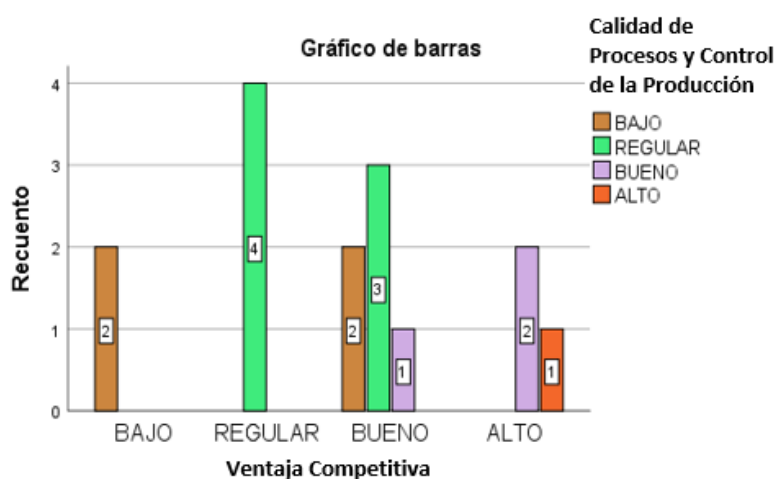


Tabla 15 y la figura 11, Muestra los resultados adquiridos sobre la V1 y la D2V2, en donde se aprecia 40,00% de los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpacina, muestra un nivel Bueno, mientras el 26,7% un nivel Regular, 20% de un nivel Alto y otros de 13,33% de un nivel Bajo. Es por ello que podemos afirmar que la relación es positiva y significativa entre la ventaja competitiva y calidad de procesos y control de la producción.

**Objetivo Específico 3:** Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva con el aseguramiento del control de calidad de la empresa exportadora industrias Alpacina S.A.C. San Luis, 201

Tabla 16: Resultados de tablas cruzadas de las variables Ventaja Competitiva y Aseguramiento del Control de Calidad.

Aseguramiento del Control de Calidad							
			Bajo	Regular	Bueno	Alto	Total
Ventaja Competitiva	Bajo	Recuento	2	0	0	0	2
		% del total	13,3%	0,0%	0,0%	0,0%	13,3%
	Regular	Recuento	0	2	2	0	4
		% del total	0,0%	13,3%	13,3%	0,0%	26,7%
	Bueno	Recuento	0	3	2	1	6
		% del total	0,0%	20,0%	13,3%	6,7%	40,0%
	Alto	Recuento	0	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	20,0%
Total	Recuento	2	5	4	4	15	
	% del total	13,3%	33,3%	26,7%	26,7%	100,0%	

Fuente: Software SPSS versión 25.0

Figura 12: Gráfico cruzado de las variables Ventaja Competitiva y Aseguramiento del Control de Calidad.

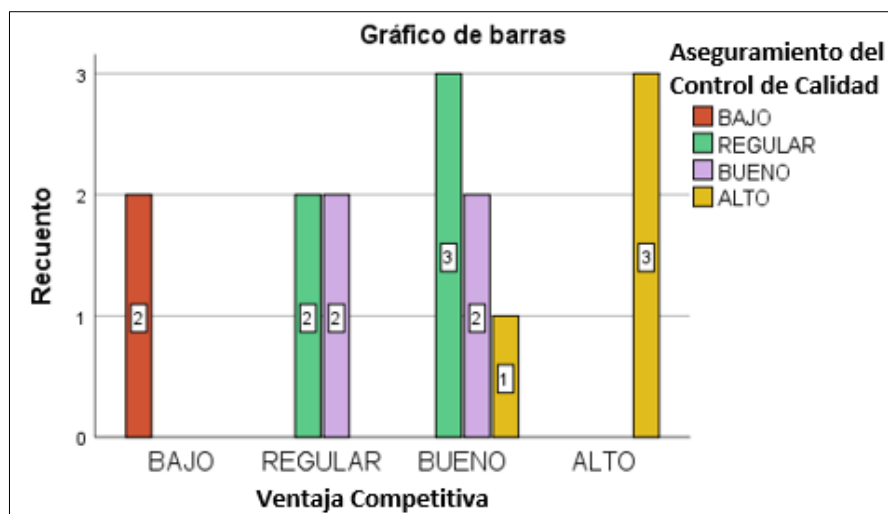


Tabla 16 y la figura 12: Muestra los resultados obtenidos sobre la V1 y la D3V2, en donde se aprecia 40,00% de los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpaína, muestra un nivel Bueno, mientras el 26,7% un nivel Regula, 20% de un nivel Alto y otros de 13,33% de un nivel Bajo. Infiriéndose que la relación es positiva y significativa entre la ventaja competitiva y aseguramiento del control de calidad.

### 5.3. Análisis Inferencial

#### Hipótesis General

**Ha:** La ventaja competitiva se relaciona positivamente con la calidad de producción de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. del distrito San Luis, 2019.

**Ho:** La ventaja competitiva no se relaciona positivamente con la calidad de producción de la empresa exportadora Industrias Alpafina S.A.C. del distrito San Luis, 2019.

**Nivel de significancia:**  $\alpha=0.05$  y **Estadístico:** Rho de Spearman.

*Tabla 17: Resultado de la correlación entre las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Producción.*

Correlaciones			Ventaja competitiva	Ventaja competitiva
Rho de Spearman	VENTAJA COMPETITIVA	coeficiente de correlación		
		Sig.(bilateral)	1,000	,965
		N		,000
			15	15
	CALIDAD DE PRODUCCIÓN	coeficiente de correlación	,965	1,000
		Sig.(bilateral)		
		N	,000	
			15	15

°°La correlación es significativa en el nivel 0,01(bilateral).

Fuente: Software SPPSS Versión 25,0

**Interpretación:** En la tabla 17 se aprecia que existe una relación positiva entre las variables estudiadas en esta investigación “ventaja competitiva” y “calidad de producción” esta correlación se refleja en nivel positivo muy alto, presentando un coeficiente de correlación de 0,965 y expresa que el valor de probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

## Hipótesis Específico 1

**Ha:** La ventaja competitiva se relaciona positivamente con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora Industrias Alpaína S.A.C. del distrito San Luis, 2019.

**Ho:** La ventaja competitiva no se relaciona positivamente con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora Industrias Alpaína S.A.C. del distrito San Luis, 2019.

**Nivel de significancia:**  $\alpha=0.05$  y **Estadístico:** Rho de Spearman.

*Tabla 18: Resultado de la correlación entre las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Producción.*

Correlaciones			Ventaja competitiva	Calidad de Planificación y diseño
Rho de Spearman	VENTAJA COMPETITIVA	coeficiente de correlación	1,000	,696
		Sig.(bilateral)		,001
		N	15	15
	CALIDAD DE PLANIFICACIÓN Y DISEÑO	coeficiente de correlación	,696	1,000
		Sig.(bilateral)		,001
		N	15	15

°°La correlación es significativa en el nivel 0,01(bilateral).  
Fuente: Software SPPSS Versión 25,0

**Interpretación:** En la tabla 18 se aprecia que existe una relación positiva entre la primera variable y la primera dimensión de la segunda variable estudiada en esta investigación “ventaja competitiva” y “calidad de procesos y control de la producción” esta correlación se refleja en nivel positivo moderada, presentando un coeficiente de correlación de 0,696 y expresa que el valor de probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

## Hipótesis Específico 2

Correlaciones			Ventaja competitiva	Calidad de Proceso y control de la producción
Rho de Spearman	VENTAJA COMPETITIVA	coeficiente de correlación Sig.(bilateral) N		
			1,000	,658
			15	,008
				15
	CALIDAD DE PROCESO Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN	coeficiente de correlación Sig.(bilateral) N	,658	1,000
			,008	
			15	15

°°La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Software SPSS Versión 25,0

**Ha:** La ventaja competitiva se relaciona positivamente con la calidad de procesos y control de la producción de la empresa exportadora Industrias Alpaína S.A.C. del distrito San Luis, 2019.

**Ho:** La ventaja competitiva no se relaciona positivamente con la calidad de procesos y control de la producción de la empresa exportadora Industrias Alpaína S.A.C. del distrito San Luis, 2019.

**Nivel de significancia:**  $\alpha=0.05$  y **Estadístico:** Rho de Spearman.

Tabla 19: Resultado de la correlación entre las variables Ventaja Competitiva y Calidad de Planificación y Diseño.

**Interpretación:** En la tabla 19 se aprecia que existe una relación positiva entre la primera variable y la segunda dimensión de la segunda variable estudiadas en esta investigación “ventaja competitiva” y “calidad de procesos y calidad de planificación y diseño” esta correlación se refleja en nivel positivo moderada, presentando un coeficiente de correlación de 0,658 y expresa que el valor de

probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

### Hipótesis Específico 3

**Ha:** La ventaja competitiva se relaciona positivamente con el aseguramiento del control de calidad de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito San Luis, 2019.

**Ho:** La ventaja competitiva no se relaciona positivamente con el aseguramiento del control de calidad de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito San Luis, 2019.

**Nivel de significancia:**  $\alpha=0.05$  y **Estadístico:** Rho de Spearman.

Tabla 20: Resultado de la correlación entre las variables Ventaja Competitiva y Aseguramiento del Control de Calidad.

Correlaciones				
			Ventaja competitiva	Aseguramiento del control de calidad
Rho de Spearman	VENTAJA COMPETITIVA	coeficiente de correlación	1,000	,751
		Sig.(bilateral)		,001
		N	15	15
	ASEGURAMIENTO DEL CONTROL DE CALIDAD	coeficiente de correlación	,751	1,000
		Sig.(bilateral)	,001	
		N	15	15

°°La correlación es significativa en el nivel 0,01(bilateral).  
Fuente: Software SPSS Versión 25.0

**Interpretación:** En la tabla 20 se aprecia que existe una relación positiva entre la primera variable y la tercera dimensión de la segunda variable estudiadas en esta investigación “ventaja competitiva” y “aseguramiento del control de calidad” esta correlación se refleja en nivel positivo alta, presentando un coeficiente de correlación de 0,751 y expresa que el valor de probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

## V. DISCUSIÓN

En la presente investigación se concluyó que el objetivo general e hipótesis general donde se demostró la existencia una relación entre la ventaja competitiva con la calidad de producción de la empresa exportadora Industrias Alpa fina S.A.C. San Luis, 2019. Donde se obtuvo como resultados que de los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpa fina donde se aprecia 40% (4) de los encuestados, muestra un nivel bueno, mientras el 26,7% (3) un nivel regular, 20% (2) de un nivel alto y otros de 13,33% (1) de un nivel bajo. Es por ello que podemos mencionar que existe una relación positiva entre las variables de investigación “ventaja competitiva” y “calidad de producción” esta correlación se refleja en nivel positivo muy alto, presentando un coeficiente de correlación de 0,965 y expresa que el valor de probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se corroboraron compararon los objetivos con lo que menciono, Obregón (2016), en su tesis titulada: *“La gestión den calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler den maquinaria y equipos den construcción en el distrito de Independencia, 2016”*. El objetivo principal fue establecer la relación que existe entre la gestión de calidad con la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinarias y equipos de construcción en el distrito de Independencia en el 2016. (Chi cuadrado,  $***p = 0.000$ ). También según la prueba de 70 correlación de Spearman = 0.603 ( $***p = 0.000$ ), se concluye que existen correlación directa y significativa entre las variables. en conclusión la calidad de un producto tiene distintos factores que se tiene que cumplir ya que son parte del proceso en él se tiene que tomar en cuenta las distintas actividades que está muy ligadas al cumplimiento de estándares de calidad que tiene que cumplir la empresa sobre todo si está en proceso de exportar de un producto y también tiene que garantizar en consecuencia la satisfacción del cliente para lo cual si se llega a suscitar algún imprevisto respecto al producto se toma acciones preventivas a todos los procesos del ciclo teniendo en cuenta el planificar, hacer, verificar, Actuar.

En cuanto el objetivo específico 1 e hipótesis específica 1 los resultados muestran la relación que existe es positiva y significativa entre la ventaja

competitiva y calidad de planificación y diseño del 100% de encuestados se dónde se apreció que el 40,00% (4) de los 15 directivos del área administrativa de la empresa Industrias Alpacina, muestra un nivel bueno, mientras el 26,7% (2) un nivel regula, 20% (2) de un nivel alto y otros de 13,33% (1) de un nivel bajo. Infiriéndose que la relación es positiva y significativa entre la ventaja competitiva y calidad de planificación y diseño. Se confirmo que existe una relación positiva entre las variables estudiadas en esta investigación “ventaja competitiva” y “calidad de producción” esta correlación se refleja en nivel positivo muy alto esta correlación se refleja en nivel positivo muy alto, presentando un coeficiente de correlación de 0,965 y expresa que el valor de probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Los resultados obtenidos se corroboran con los Obregón (2016), la tesis de investigación de *“La gestión den calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinaria y equipos de construcción en el distrito de Independencia, 2016”*, nos menciona de la satisfacción del cliente, el cual enfoque en el sistema de procesos realizar un seguimiento, análisis y medición para mejorar y mostrar la calidad del producto en todo el proceso y el sistema gestión de la calidad de tal manera contribuye con la efectividad y eficiencia de la empresa.

En cuanto el objetivo específico 2 e hipótesis especifica 2 Muestra los resultados adquiridos sobre la ventaja competitiva y la procesos y control de la producción, en donde se aprecia 40,00% (4) de los 15 trabajadores de la empresa Industrias Alpacina, muestra un nivel bueno, mientras el 26,7% (3) un nivel regula, 20% (2) de un nivel alto y otros de 13,33% (1) de un nivel bajo. En el coeficiente de correlación logrado esta investigación “ventaja competitiva” y “calidad de procesos y control de la producción” esta correlación se refleja en nivel positivo moderada, presentando un coeficiente de correlación de 0,658 y expresa que el valor de probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Infiriéndose que la relación es positiva y significativa entre la ventaja competitiva y calidad de procesos y control de la producción. Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora industrias Alpacina S.A.C. San Luis, 2019. Se comparo con la tesis Quispe (2017) Según su tesis de



investigación *“Plan de gestión de la calidad en el área de producción en la Empresa CRISAC Lima”*. Se concluyó dar un aseguramiento en la calidad de los productos en el área de producción y así obtener una ventaja competitiva y comparativa. La población en estudio estaba conformada por 25 empleados en el área de producción de la empresa Crisac, para la siguiente investigación mencionada no se realizó técnica de muestreo podemos.

El objetivo específico 3 e hipótesis específica 3: Muestra los resultados adquiridos sobre la entre la ventaja competitiva y aseguramiento del control de calidad, en donde se aprecia 40,00% (4) de los 15 directivos del área administrativa y producción de la empresa Industrias Alpacina, muestra un nivel bueno, mientras el 26,7% (3) un nivel regular, 20% (2) de un nivel alto y otros de 13,33% (1) de un nivel bajo. Infiriéndose que la relación es positiva y significativa entre la ventaja competitiva y aseguramiento del control de calidad. existe una relación positiva entre la primera variable y la tercera dimensión de la segunda variable estudiadas en esta investigación “ventaja competitiva” y “aseguramiento del control de calidad” esta correlación se refleja en nivel positivo alta, presentando un coeficiente de correlación de 0,751 y expresa que el valor de probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. se comparo con los resultados con la tesis de Ríos (2015) *“La estrategia de la ventaja competitiva es, gestión de la calidad, capacitación y el seguimiento”* los resultados están relacionados a toda la organización al no contar con personal competente motivado y capacitado y si este tiene además ausencia de seguimiento e identificación de lo que puede no estar conforme se puede perder alguna certificación y gestionada a la pérdida de la inversión ligado a la gestión de la calidad.

## VI. CONCLUSIONES

Primera: se concluye como la ventaja competitiva tiene una relación positiva con la variable calidad de producción de la empresa exportadora industrias Alpafina SAC, San Luis 2019, como nos indicó en la Tabla 17, es por ello el valor  $Rho=1$ , nos indica 0.965 que existe una corrección en nivel positiva muy alto, presentando un coeficiente de correlación 0,965 y expresa que el valor de probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

Segunda: se concluyó que la ventaja competitiva tiene una relación positiva con la calidad de procesos y control de la producción de la empresa exportadora Industrias Alpafina, San Luis 2019, nos indicó en la Tabla 18 que el valor  $Rho = 0,696$ , lo cual nos indica que existe una correlación de nivel positivo moderada, con probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

Tercera: se concluyó que en la ventaja competitiva tiene una relación positiva con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora Industrias Alpafina, San Luis 2019, nos indicó en la Tabla 19 que el valor  $Rho= 0,658$  y expresa que el valor de probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

Cuarta: se concluyó que la ventaja competitiva tiene una relación positiva con aseguramiento del control de calidad de la empresa exportadora Industrias Alpafina, San Luis 2019, nos indicó en la Tabla 20 que el valor  $Rho = 0,751$  y expresa que el valor de probabilidad ( $p=0,000$ ) es menor al valor crítico 0.05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se aconseja a la empresa Industrias Alpafina SAC tener un control empezando con compra de la materia prima, el proceso de parafinado y concluir con la producción de la prenda y el empaque de ella , con ello mejorar la Calidad de Procesos y Control de la Producción, para poder logra obtener una ventaja competitiva ante las demás empresas textiles.

Recomendamos a la empresa Industrias Alpafina tener un control en la calidad de las prendas, durante, en el proceso y al final de la producción de cada prenda textil, ya que será llevada al extranjero, para poder y con ello lograr su reconocimiento por su calidad del producto.

Se sugiere a la gerente de la empresa de la Industrias Alpafina SAC tener implementar el área de control calidad, donde se destacará las sub áreas de la Calidad de Planificación y Diseño y calidad de procesos y control de la producción.

Por último, se recomienda a la empresa Industrias Alpafina SAC, a evaluar de forma mensual el aseguramiento del control de calidad para las áreas mencionadas.

## REFERENCIAS

- Andreu, Rafael, and Joan Baiget. (2016). *Gestión del conocimiento y competitividad*, EUNSA, obtenido de ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ucsursp/detail.action?docID=5514026>.
- Berenguer, Contrí, Gloria, and Borja, Miguel Ángel Gómez. ( 2006). *Comportamiento del consumidor*, Editorial UOC, obtenido de ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ucsursp/detail.action?docID=3207152>.
- Cárdenas, Castro, Manuel, and Yáñez, Susan Yáñez. (2012). *Nuevas formas de muestreo para minorías y poblaciones ocultas: muestras por encuestado conducido en una población de inmigrantes sudamericanos*. Universitas Psychologica. Vol. 11(2), Red Universitas Psychologica, obtenido de ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ucsursp/detail.action?docID=3202110>.
- Cruz Ros, S. (2001). *Relación entre el enfoque de gestión de la calidad y el desempeño organizativo. Una aproximación desde la perspectiva basada en los recursos*. obtenido de <file:///C:/Users/User/Downloads/Tesis%20Gestion%20de%20calidad%20y%20desempeño%20org.pdf>
- Cuatrecasas, L. (2012). *Gestión de la Calidad total*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos Albasanz 2.
- Dávila, A. (2017). *¿Cuáles la nueva ventaja competitiva?* IEEM Revista de Negocios, 20(6), 54–58. Retrieved from <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=137311267&lang=es&site=ehost-live>
- Fabián, P. M. (2009). *Determinación del grado de calidad de una empresa a partir de los indicadores de gestión*.
- Guerrero, Reyes, Claudio, and Alvarado, Fernando Galindo. Administración 2, Grupo Editorial Patria, (2014), obtenido de ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ucsursp/detail.action?docID=3229051>.
- Iratroza, E. (2019). El sector textil en 2018 Análisis internacional, nacional y autonómico La moda en tendencias. *EAE Business School*, 5-7. [file:///C:/Users/User/Desktop/archivo%20tesis/SRC\\_SectorTextil.pdf](file:///C:/Users/User/Desktop/archivo%20tesis/SRC_SectorTextil.pdf)
- Lambim Jean, j. (1991). *Marketing Estrategico*. España: Mc-Graw Hill 2da edición.
- Márquez, G. (2019). *Ventaja competitiva y cadena productiva en las queserías del distrito de Pomacanchi*. [file:///C:/Users/User/Downloads/Tesis\\_Alina%20VC-CP%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Tesis_Alina%20VC-CP%20(1).pdf)
- Marketing, P. (1997). La ventaja competitiva. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Montoya. (2015). Plan de Mercadeo Estratégico Operativo para generar Ventajas Competitivas en la Empresa Scania de México, en la ciudad de México, 2014.

Obregón, J. C. (2016). *La gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinaria y equipos de construcción en el distrito de Independencia*, 2016.

file:///C:/Users/User/Downloads/Tesis\_COMPETITIVIDAD\_GESTION\_OBREGON%20GARAY%20JIMMY%20CHARLES.pdf

Oportunidades de Exportación para el rubro textil peruano. (2018). *camara de comercio*.

file:///C:/Users/User/Desktop/archivo%20tesis/archivo%20tesis/POSADA%20825\_FINAL\_Oportunidades%20de%20exportación%20para%20el%20rubro%20textil%20peruano.pdf

Porter, M. (1997). *La Ventaja Competitiva*. Madrid: Diaz de Santos, S.A.

Porter, M. E. (2015). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*.

Mexico : grupo editorial patria. (2ª.ed) obtenido de :

<http://ebookcentral.proquest.com/lib/ucsursp/detail.action?docID=4824579>.

Ríos, C. (2015). *La estrategia de la ventaja competitiva es, gestión de la calidad, capacitación y el seguimiento*. Obtenido de

file:///C:/Users/User/Desktop/archivo%20tesis/archivo%20tesis%20-%20copia/LA%20ESTRATEGIA%20DE%20LA%20VENTAJA%20COMPETITIVA%20ES,%20%20GESTIÓN%20DE%20LA%20CALIDAD,%20%20CAPACITACIÓN%20Y%20EL%20SEGUIMIENTO.pdf

Murillo 2008 538-Texto del artículo-848-2-10-20120803.pdf

## ANEXO 1: Matriz de operacionalización de las variables

Tabla 1: Operacionalización de la variable 1: Ventaja Competitiva

VARIABLES DEL ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Ventaja competitiva	Según Porter (1997) Una ventaja competitiva se refiere a una destreza o habilidad especial que se desarrolla una empresa y que en base a su esfuerzo de la empresa se gana el mercado y esta se coloca ante los objetivos del mundo comercial además la ventaja competitiva es la característica de la empresa que cuenta con un producto o un servicio que los clientes, consumidores o usuarios tiene entendido como único y determinante. (p. 17)	La variable ventaja competitiva será medida por la Dimensiones de Preferencia Percepción y Elemento único diferenciador.	<p>Preferencia</p> <p>Percepción</p> <p>Elemento único diferenciador y determinante</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortaleza de la empresa</li> <li>- Necesidades del consumidor</li> <li>- Conocimiento</li> <li>- Sensación</li> <li>- Factor único de la empresa</li> <li>- Determinante.</li> </ul>	<p>Escala de Likert</p> <p>Nunca = 1</p> <p>Casi nunca = 2</p> <p>A veces = 3</p> <p>Casi siempre = 4</p> <p>Siempre =5</p> <p>Ordinal</p>

Tabla 2: Operacionalización de la variable 2: calidad de producción

VARIABLES DEL ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Calidad de producción	Cuatrecasas, (2012) Calidad de producción o realizada: tiene que ver con el grado de cumplimiento de las características de calidad de un producto o servicio y de las especificaciones de diseño. Es la calidad resultante del proceso de producción. (p. 586).	La variable será medida por las dimensiones de: calidad de planificación y diseño, calidad de procesos y control de la producción y aseguramiento del control de calidad	<p>calidad de planificación y diseño</p> <p>Calidad de procesos y control de la producción</p> <p>aseguramiento del control de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- diseño del producto</li> <li>- orden de producción</li> <li>- Supervisión del proceso</li> <li>- Control de la producción</li> <li>- Control manual</li> <li>- Control del proceso total</li> </ul>	<p>Escala de Likert</p> <p>Nunca = 1</p> <p>Casi nunca = 2</p> <p>A veces = 3</p> <p>Casi siempre = 4</p> <p>Siempre = 5</p> <p>Ordinal</p>

## ANEXO2: Instrumento de recolección de datos

### ENCUESTA PARA PERSONAL ADMINISTRATIVO PRODUCCIÓN SOBRE VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA INDUSTRIA ALPAFINA SAC:

Estimado (a) participante La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la Responsabilidad social en la compañía que Ud. dirige. La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad. **INSTRUCCIONES:**

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) NUNCA      2) CASI NUNCA      3) A VECES      4) CASI SIEMPRE      5) SIEMPRE

CUESTIONARIO					
VARIABLE 1: VENTAJA COMPETITIVA					
INDICADORES	ESCALA				
PREFERENCIA					
FORTALEZA DE LA EMPRESA	1	2	3	4	5
1. Reconoce las fortalezas que tiene la empresa industria Apafina SAC					
2. Se mantiene la cartera de clientes en los últimos 5 años					
3. Se mantiene la cartera de proveedores en los último 5 años					
NECESIDADES DEL CONSUMIDOR					
4. Se satisface las necesidades del consumidor con producto brindado					
5. La mercadería que exporta llega en condiciones optimas					
6. Se satisface al consumidor el envase del producto					
PERCEPCIÓN					
CONOCIMIENTO					
7. Sabe el porcentaje de composición que lleva el producto en cada prenda					
8. Se mantiene la marca Perú en la prenda					
9. Se reconoce el producto que es de origen peruano					
SENSACIÓN					
10. Reconoce con facilidad la calidad del producto brindado					
11. La mercadería que ofrece satisface la necesidad del mercado					
ELEMENTO ÚNICO Y DETERMINANTE					
FACTOR ÚNICO DE LA EMPRESA					
12. Han recibido reclamos con el mercado exterior					
13. Sabe los años que lleva la empresa en la exportación del producto					
ELEMENTO DETERMINANTE					



14. su producto es competitivo a nivel internacional					
15. su producto tiene demanda en el extranjero					

## ENCUESTA PARA PERSONAL ADMINISTRATIVO PRODUCCIÓN SOBRE CALIDAD DE PRODUCCION DE LA EMPRESA INDUSTRIA ALPAFINA SAC:

Estimado (a) participante La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la Responsabilidad social en la compañía que Ud. dirige. La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad.

### INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) NUNCA      2) CASI NUNCA      3) A VECES      4) CASI SIEMPRE      5) SIEMPRE

VARIABLE 2: CALIDAD DE PRODUCCIÓN					
INDICADORES	ESCALA				
CALIDAD DE PLANIFICACIÓN Y DISEÑO	1	2	3	4	5
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>					
1. se elabora un diseño del producto antes de la orden de producción					
2. se mantiene el diseño del producto durante el proceso de producción					
3. se respetan el diseño de producto ya establecidos					
<b>ORDEN DE LA PRODUCCIÓN</b>					
4. se realiza un esquema de producción antes de elaborar el producto					
5. se tiene establecido el total de material que se utilizara para la elaboración de la prenda					
6. se supervisa la elaboración de las prendas					
<b>CALIDAD DE PROCESO Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN</b>					
<b>SUPERVISIÓN DEL PROCESO</b>					

7. Se tiene el personal capacitado para supervisión de las maquinas					
8. Se supervisa después del lavado de los paños o de las prendas					
9. Se toma en cuenta las observaciones de las prendas					
<b>CONTROL DE LA PRODUCCIÓN</b>					
10. El personal encargado de la producción lleva un control continuo					
11. Se entrega a tiempo el pedido solicitado					
<b>ASEGURAMIENTO DEL CONTROL DE CALIDAD</b>					
<b>CONTROL MANUAL</b>					
12. Se tiene la cantidad de personal necesario para el control manual					
13. Llevan una ficha de control de calidad					
<b>CONTROL DEL PROCESO TOTAL</b>					
14. Se mantiene el aseguramiento del control en proceso de la producción					
15. Existe o conoce de un manual de funciones y proceso de calidad estipulado					

### Anexo 3: Validez de los instrumentos

Table 3: Validez por el juicio de expertos de los cuestionarios sobre Ventaja Competitiva.

N°	Grado académico	Nombre y apellido del experto	Dictamen
1	Dr. En Administración	Fernando Luis Márquez Caro	Aplicable
2	Mg. En Administración	Máximo Fidel Pasache Ramos	Aplicable
3	Dr. En Educación	Mary Hellen Michca Maguiña	Aplicable

*Fuente: Ficha de Validación*

### Anexo 4: Confiabilidad de los instrumentos

Confiabilidad: Alfa de Cronbach de la primera variable “Ventaja Competitiva”

Tabla 4: *Fiabilidad del Instrumento*

Variable	Alfa de Conbrach	N° de elementos
Ventaja competitiva	0,954	15
Calidad de producción	0,845	15

### Resumen del procedimiento de casos

		N	%
Casos	Valido	15	100%
	Excluido	0	0.00%
	Total	15	100%
La eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.			

Fuente: Elaboración Propia

### Estadístico de fiabilidad con Alfa de Cronbach

Alfa Conbrach	N° de elementos
,956	19

Fuente: Elaboración Propia

Confiabilidad: alfa de Cronbach de la segunda variable “calidad de producción”  
 Resumen de procedimientos de casos

		N	%
Casos	Valido	15	93.8%
	Excluido	1	6.3%
	Total	15	100%
La eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento			

Fuente: Elaboración Propia

Estadístico de fiabilidad con Alfa de Cronbach

Alfa Conbrach	N° de elementos
<b>,858</b>	20

## Anexo 5: Autorización de aplicación de los instrumentos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Márquez Caro, Fernando Luis
- I.2. Especialidad del Validador: Dr. En Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente DTP Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Encarnación Montes, Aina Sharlene

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

#### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los olivos, 21 de abril del 2021

Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

**V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:**

**Variable 1: Ventajas Competitiva.**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		

**Variable 2: Calidad De Producción.**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		

**Firma de experto informante**

**DNI: 08729589**

**Teléfono: 964891990**

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Pasache Ramos, Máximo Fidel.  
 I.2. Especialidad del Validador: Mg. En Administración.  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC.  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario.  
 I.5. Autor del instrumento: Encarnación Montes, Alina Sharlene

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					<b>80%</b>	

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

**80%**

Los olivos, 21 de abril del 2021



Mg. Pasache Ramos, Máximo Fidel

DNI: 07903350

Teléfono:

**V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:****Variable 1: Ventajas Competitiva.**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		

**Variable 2: Calidad e Producción.**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		



Mg. Pasache Ramos, Máximo Fidel

DNI: 07903350

Teléfono:



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Michca Maguiña, Mary Hellen
- I.2. Especialidad del Validador: Dra. En Educacion
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente DTC Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autores del instrumento: Encarnación Montes, Alina Sharlene

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					<b>80%</b>	

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

**80%**

Los olivos 21 de abril del 2021



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

**V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:**

**Variable 1: Ventaja Competitiva.**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		

**Variable 2: Calidad De Producción.**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		



**Firma de experto informante**

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

## Anexo 6: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA								
Título: Ventaja competitiva y calidad de producción de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito San Luis, 2019								
Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables e Indicadores					
<p>Problemas General</p> <p>¿Qué relación existe entre la ventaja competitiva con la calidad de producción de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito de San Luis 2019?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Qué relación existe entre la ventaja competitiva con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito de San Luis 2019? ¿Qué relación existe entre la ventaja competitiva con la calidad de procesos y control de la producción de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito de San Luis 2019? (3) ¿Qué relación existe con la ventaja competitiva con el aseguramiento del control de calidad de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito de San Luis 2019?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva con la calidad de producción de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. San Luis,2019. Objetivo específico:</p> <p>Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora industrias Alpacina S.A.C. San Luis,2019.</p> <p>Determinar la ventaja competitiva con la calidad de procesos y control de la producción de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. San Luis,2019.</p> <p>Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva con el aseguramiento del control de calidad de la empresa exportadora industrias Alpacina S.A.C. San Luis,2019.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Ha: La ventaja competitiva se relaciona con la calidad de producción de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito de San Luis 2019.</p> <p>Hipótesis específica:(1)</p> <p>Ha: La ventaja competitiva se relaciona con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito de San Luis 2019.</p> <p>Ha: La ventaja competitiva se relaciona con la calidad de planificación y diseño de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito de San Luis 2019.</p> <p>Ha : La ventaja competitiva se relaciona con el aseguramiento del control de calidad de la empresa exportadora Industrias Alpacina S.A.C. del distrito de San Luis 2019.</p>	variable 1: Ventaja competitiva					
			Dimensiones	indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o Rangos	Niveles o Rangos
			Preferencia	-Fortaleza de la empresa -Necesidades del consumidor	1,2,3	Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre =5	Bajo Bueno Regular Alto	Bajo Bueno Regular Alto
					4,5,6			
			Percepción	- Conocimiento - sensación	7,8,9			
					10,11			
			Elemento único diferenciador y determinante	- Factor único de la empresa -determinante	12,13			
					14,15			
			Dimensiones	indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o Rangos	Niveles o Rangos
			Calidad de planificación y diseño	-diseño del producto -orden de producción	1,2,3	Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre =5	Bajo Bueno Regular Alto	Bajo Bueno Regular Alto
					4,5,6			
			Calidad de procesos y control de la producción	-Supervisión del proceso -Control de la producción	7,8,9			
					10,11			
			Aseguramiento del control de calidad	-Control manual -Control del proceso total	12,13			
					14,15			

Tipo y diseño de investigación	Población y Muestra		Técnicas e Instrumentos			Estadística a utilizar		
Diseño: No experimental  Tipo de estudio: Aplicada	Población: La población informante del presente trabajo de investigación y estudio ha quedado definida por los 15 directivos de la empresa.  Tipo de muestreo: Censal  Tamaño de muestra: 15		Variable 1: Ventaja competitiva Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario sobre ventaja competitiva desde la perspectiva de los directivos de la empresa Industrias Alpaína SAC Año: 2019 Elaboración: propia Ámbito de Aplicación: Empresa Industrias Alpaína SAC			ESCRPTIVA: Descriptivo, univariada y bivariadas INFERENCIAL: Prueba de Spearman		
			Variable 2: Calidad de Producción Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario sobre calidad de producción desde la perspectiva de los directivos de la empresa Industrias Alpaína SAC. Año: 2019 Elaboración: propia Ámbito de Aplicación: Empresa Industrias Alpaína SAC Forma de Administración: Individual					